

HORNBACH WERBUNG

AIDA Analyse

Einleitung

Hauptteil

AIDA

Bildgestaltung

Tongestaltung

Montage

Sprachliche Mittel

Schluss

https://youtu.be/ncX2S4t_LY8

EINLEITUNG

- Es wird die Marke Hornbach beworben und wie man durch Arbeit und die Werkzeuge von Hornbach, Probleme lösen kann.
- Produkt wird durch die Person im Werbespot beworben
- An etwas ältere Leute, die gutes Werkzeug brauchen und an Leute, die z. B. ihr Waschbecken tauschen müssen – generell → Menschen, die umbauen etc.
- Im Fernsehen und auf YouTube
- Ausgestrahlt im Jahr 2021

HAUPTTEIL

- 45 Sekunden lang
- Die Person ist verkleinert und versucht trotzdem das Waschbecken zu tauschen, durch viel schweiß und mühe schafft er es hochzuklettern und mit Hornbacher Werkzeugen, das Becken zu tauschen.
- Das zeigt, dass mit Hornbach alles möglich ist.

AIDA

- Attention→ Die Aufmerksamkeit wird am Anfang durch die behinderte Sicht im Rohr auf den Werbespot gezogen; Die Musik wirkt ebenfalls sehr passend und scheint anziehend.
- Interest→ Obwohl er winzig ist, schafft er es das Waschbecken abzureißen und zu montieren→ das geht nur mit Hornbach
- Desire→ Der Wunsch stabiles Werkzeug zu kaufen
- Action→ Das Produkt im nächsten Baumarkt zu kaufen

BILDGESTALTUNG

- Mischung aus Nahaufnahmen und entfernten Winkeln um klarzumachen, dass der Protagonist sehr klein ist. Es gibt viele Schnitte um möglichst viele Winkel zu zeigen.
- Es wird eine eher Farblose und düstere Atmosphäre geschaffen um den Werbespot epischer zu gestalten

TONGESTALTUNG

- Es gibt keinen Dialog und der Werbeslogan wird erst am Ende kurz gezeigt zusammen mit dem Logo.
- Man hört eine sehr epische Musik damit es so wirkt, als würde der Protagonist eine große Herausforderung absolvieren.
- Der Werbeslogan lautet: „Es gibt immer was zu tun!“ Er wird am Ende der Werbung präsentiert und gleichzeitig mit dem Firmenlogo eingeblendet.

MONTAGE

- Es wurde viel mit Schnitten und Kameraperspektiven gearbeitet, da dies dem Werbespot mehr Leben verleiht und ansprechender macht
- Es wurde viel mit Ober- und Untersicht gearbeitet
- Mithilfe eines Programms wurde der Protagonist verkleinert; einige weitere Szenen wurden mit dem Computer bearbeitet, da dieser Werbespot niemals ohne CGI funktionieren würde

SPRACHLICHE MITTEL

- Mit Hornbach schaffst du es → diese Nachricht soll der Werbespot überbringen → „Es scheint unmöglich bis du es machst“
- Da kein Dialog vorhanden ist → Sprachlicher Stil nicht Vorhanden
- Es gibt einen indirekten Appell → kauft bei Hornbach ein und ihr schafft es

SCHLUSS

- Die Werbung hält die AIDA-Formel ein und sie wirkt sehr anziehend
- Der Werbespot ist sehr einprägsam
- Ich finde die Werbung ist sehr gut gestaltet und wirkt sehr einprägsam